

► ECUADOR

Nuevos jugadores peruanos miran al país del norte (p. 12)

► RECOMENDACIONES DE INVERSIÓN

La regulación que asoma en la SMV para agentes y *'influencers'* (p. 22)

► BARRERAS BUROCRÁTICAS

La lucha dispar que hoy libra el Indecopi (p. 28)

CONSULTORÍA TECNOLÓGICA

Los caídos de la IA generativa

La simplificación de tareas de programación y análisis de datos que trajo la IA ha supuesto un cisma al interior de las consultoras, con cambios, renuncias y despidos de por medio.

Cada vez más perfiles que se dedicaban al dominio puro y duro de la tecnología son reemplazados por consultores con mayor *seniority*, *soft skills* y visión de negocio. (p. 10)



SEMANAeconómica

ESPECIAL

SOSTENIBILIDAD

- La nueva agenda ESG de las planas directivas
- La consolidación de un **valor cada vez más compartido**
- La sostenibilidad como **agente de cambio en el consumo**
- Las claves de formación ejecutiva para los líderes sostenibles

Contacto comercial: publicidad@se.pe

Cierre de publicidad:
14 de mayo

Fecha de publicación:
18 de mayo

SE Índice

27 de abril del 2025 | Año XXXVIII | No SE1959

LA VOZ DE SE El gobierno incluyó la tercerización laboral en su 'shock desregulatorio', pero acaba de reconocer que no puede derogar el decreto que la restringió. 6

SE DESTACA La automatización de tareas de programación y de análisis de datos que trajo la IA generativa marcó un cisma en las consultoras tech. 10

SE DESTACA La apuesta de las empresas peruanas por ampliar sus operaciones al mercado ecuatoriano se mantiene firme, a pesar de las recientes crisis. 12

Sectores y Empresas

INMOBILIARIO Una fuente emergente de fondeo 14

TELECOMUNICACIONES Ventana de oportunidad 15

INFRAESTRUCTURA Discordia en Olmos 18

TURISMO Aranwa: "Este año estamos siendo bastante agresivos" 18

RETAIL Renacen las sastrerías 19

TECNOLOGÍA En la mira: ZeroQ 19

Economía y Finanzas

ASESORÍA FINANCIERA La regulación que asoma en la SMV 22

INVERSIONES ESG en ascuas 23

BANCA iO: "Proyectamos llegar al equilibrio financiero todavía en 2029" 23

MERCADO DE VALORES Papeles en revisión 24

BANCA Alternativas a la CTS 24

Management

MARKETING Cuidado personal a la caza del buzz 26

SOSTENIBILIDAD Cementos Pacasmayo: "Hoy tenemos S/350 millones alocados a Oxi" 27

LIDERAZGO Un movimiento peruano en el extranjero 27

Legal y Política

BARRERAS BUROCRÁTICAS Las limitadas arcas de la lucha antibarreras 28

PUERTOS Autoridad Portuaria Nacional: "Proponer tarifas a una empresa sin contrato de concesión es inédito" 29

TRIBUTARIO Exigencia excesiva 30

POLÍTICA ¿Llegó la hora del desmarque? 30

Movidas



MARCOS PUPO fue nombrado presidente de Palo Alto Networks para América Latina. Trabajaba como vicepresidente *senior* de Ventas en la Nube para América Latina en Oracle.



PAOLO SIMONI fue nombrado gerente general de Grupo Recupera. Previamente, ejerció como gerente principal de Cobranzas de Banco Pichincha en Perú.



SANTIAGO LONDOÑO asumió como presidente de la unidad de Conectividad de Clirion Technologies para Latinoamérica. Antes fue *Chief Commercial Officer* (CCO) de Cable & Wireless Communications en Miami.



YENNY GARCÍA es la nueva *marketing grouper* de Essity para Chile, Perú y Bolivia. Venía desempeñándose como *marketing manager* de Feminine Care para Essity Norteamérica.



ORLANDO MARCHESI asumirá la presidencia del Instituto Peruano de Derecho Tributario para el periodo 2025-2027, a partir del 1 de mayo. A la par, ejerce como socio principal y líder de *Tax & Legal* de PwC.

SEMANAeconómica, el mejor análisis económico y de negocios para los líderes de las empresas en el Perú

Síguenos en:



SEMANAeconómica



Número SE 1959

Lima, 27 de abril del 2025

DIRECTOR Y GERENTE DE CONTENIDOS / Diego Chirinos Cané

EDITORES / Juan Rosales Arenas y Jaime Cordero

EDITOR WEB / Iván Álvarez

ANALISTA SENIOR / Marco Alva Pino, Alessandra Saavedra U., Junior Miani

ANALISTAS / Alba Naupas O., Jonathan Terranova V., Marisol Alvarado Bolívar, Claudia Gutiérrez Covenas, Edward Abarca

ASISTENTE DE REDACCIÓN / Tamara Ojeda Tarrillo

COMMUNITY MANAGER / Diana Yong

EDITORIA GRÁFICA / Martha Rodríguez Salazar

DISEÑO E INFOGRAFÍA / André Bedregal, Rubén Morales

FOTOGRAFÍA / Julio Cabana

COORDINADOR AUDIOVISUAL / Jean Carlo Llactahuaman

REALIZADOR AUDIOVISUAL / Italo Bernal Sanchez

GERENTE GENERAL / Carlos de la Rica

CHIEF REVENUE OFFICER / Ernesto Ferrini

GERENTE COMERCIAL CORPORATIVO / María Claudia Díaz Dulanro

JEFE DE CONTENT LAB / Eduardo Prado Estrella

JEFE DE MARKETING DIGITAL / Luis José Malásquez Lévano

EDITORIA DE NUEVOS PRODUCTOS / Jenny Varillas Paz

EDITOR DE ARTE / Rafael Torres M.Q.

ANALISTA DEL CONTENT LAB / Daniela Navarro

JEFE DE CALL CENTER / Martín Bringas

JEFE DE ADMINISTRACIÓN, TESORERÍA Y CONTABILIDAD / Rosmery de la Torre

PUBLICIDAD / Graciela Escobal, Ana Reyes, Makú Pérez

WEB TRAFFICKER / Mario Popuche

TELEMARKETING / Silvana Pulisci, Beatriz Díaz, Marcos Gonzalez

ADMINISTRACIÓN / Isela Vidalón, Peggy Yamashita, Victoria Albán

DISEÑO / Circle (Londres)

FOTOS INTERIORES / Getty Images, iStock, Andina, Presidencia



OFICINA DE REDACCIÓN / Av. Canaval y Moreyra 340 Piso 13, Lima 27, Perú

TELÉFONO / 213 0600

FAX / 444-5240

IMPRESIÓN / Editorial Supergráfica EIRL

Av. Manuel Tellería Vicuña 1615 Urb. Chacra Ríos Norte, Lima

DEPÓSITO LEGAL / 150105-95-0204

RUC / 20260510887

©Perú Económico S.A. Derechos reservados

SE SEMANA
económica

El texto del Código de Ética de esta casa editora está disponible en:
<https://semanaeconomica.com/etica>

Programa Internacional

PROJECT MANAGEMENT AND DIGITAL QUALITY



Del 2 al 5 de junio de 2025

TEMAS A DESARROLLAR

- 1** Estrategias de innovación y el impacto de la dimensión cultural
- 2** PMO 4.0 - El PMO digital e inteligente
- 3** Project Management y transformación digital: Sinergias para la innovación empresarial
- 4** Industria 4.0 con ModEx - Integrando la tecnología IoT con modelos de excelencia



Presencial

116 E 55th St, New York,
NY 10022, EE. UU.

Clases dictadas en



Global Center

Empresas que visitarás en este programa



*sujeto a cambio

INCLUYE

- Conferencias magistrales dictadas en español.
- Materiales de estudio digitales.
- Visitas guiadas a empresas.
- Almuerzos incluidos (03 días).

**No incluye pasajes de avión.*

**No incluye hotel ni gastos de estadía.*



DOBLE CERTIFICACIÓN

- Instituto para la Calidad - PUCP
- SUNY Broome
The State University of New York

¡ESCANEA PARA MÁS
INFORMACIÓN!



CONTÁCTANOS

quality@pucp.edu.pe 

MUCHO RUIDO POR NADA

El mismo Ejecutivo que incluyó la tercerización laboral como problemática a abordar en su 'shock desregulatorio' acaba de reconocer que no puede derogar el cuestionado decreto que la restringió. Así, le da la espalda a una exigencia clave del sector privado.

El ministro de Economía y Finanzas, José Salardi, parece haberse topado con la primera piedra en el camino de su anunciado 'shock desregulatorio'. A pedido de los gremios empresariales, el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) incluyó en su paquete 402 medidas que, entre otras, incluía la pretensión de derogar el decreto supremo que impuso restricciones a la tercerización laboral. Una norma emitida por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) en 2022, durante la presidencia de Pedro Castillo, que fue denunciada como barrera burocrática por centenares de empresas ante el Indecopi y que, a pesar de los deseos del empresariado, aparentemente mantendrá su vigencia en el corto plazo.

Las numerosas denuncias ante el Indecopi y los cientos de acciones populares presentadas ante el Poder Judicial para cuestionar la va-

lidez de este decreto supremo se han resuelto con diferentes alcances en cada una de estas instancias. Pero, independientemente de los detalles, lo cierto es que el decreto en cuestión continúa vigente, generando inseguridad en los agentes económicos sobre los efectos de la norma en sus operaciones. De ahí que el empresariado planteara, como parte de la agenda propuesta al MEF, la necesidad

de que el gobierno de la presidenta Dina Boluarte acabe con la incertidumbre. En buena cuenta, que derogue la norma.

Los dichos recientes de voceros del Ejecutivo, sin embargo, parecen ir en el sentido contrario. En entrevista con SEMANA económica (SE1956), el ministro Salardi buscó atemperar las expectativas y reconoció que una potencial derogación del decreto iba a requerir un diálogo previo con el ministro de Trabajo y Promoción del Empleo, Daniel Maurate. La semana pasada, en conferencia de prensa y a



raíz de una pregunta formulada por esta misma revista, el ministro Maurate fue más allá y descartó cualquier posibilidad de que el decreto vaya a derogarse. "Estos temas deben ser vistos en el diálogo social. No tenemos previsto derogarlos sin consulta. Si no hay consenso en la agenda, el Consejo Nacional de Trabajo no puede tratarlos", adelantó el titular del MTPE.

En pocas palabras, el ministro Maurate reconoció que el gobierno de la presidenta Boluarte no podrá mover un dedo mientras no haya un cambio de condiciones en el CNT. Un organismo que, a juzgar por lo visto en el último lustro, se ha caracterizado por su parálisis e inoperancia. Precisamente, a raíz de la irresponsabilidad y el populismo del gobierno de Pedro Castillo, que propició que los gremios empresariales decidieran distanciarse del CNT. Ello en señal de protesta contra el Ejecutivo por publicar, entre gallos y medianoche, el cuestionado decreto sobre tercerización y otras normas perjudiciales.

Situaciones como esa, en la que el gobierno toma decisiones a espaldas del CNT, no deben repetirse en ningún caso. Ni para favorecer a los trabajadores ni al sector privado. Pero flaco favor le hace al país que el diálogo social laboral siga entrampado durante tantos años y que la discusión sobre la tercerización esté condenada a dormir el sueño de los justos. ■

**En buena cuenta,
el ministro
Maurate acaba
de reconocer que
el gobierno no
moverá un dedo
sobre el decreto
de tercerización**

SEMANAeconómica



**Las más importantes primicias empresariales
y el mejor análisis del mercado para los
tomadores de decisiones del Perú**

Síguenos en:



Escanea el
código QR y
suscríbete



Qué Pasó



1 REFORMA. Tras la muerte de siete personas por el suero fisiológico defectuoso de Medifarma, el premier Gustavo Adrianzén anunció que el Consejo de Ministros aprobó un proyecto de ley que plantea crear la Autoridad Nacional de Productos Farmacéuticos, Dispositivos Médicos y Productos Sanitarios (Apemed), que reemplazará a la Digemid y tendrá autonomía económica, financiera, presupuestal, administrativa y funcional, lo que le permitirá actuar con independencia y rigor técnico en sus procesos de control. El titular de la Ape-med sería elegido por concurso público.

2 DEAL. Finalmente, la minera peruana Alpayana y la canadiense Sierra Metals cerraron un acuerdo preliminar para realizar una OPA por 1.15 dólares canadienses por acción, con plazo de aceptación hasta el próximo 12 de mayo. La oferta, en efectivo y respaldada por el directorio de Sierra Metals, será ejecutada por Alpayana Canadá. Sierra Metals posee las minas Yauricocha (Perú) y Bolívar (México), activos clave para la expansión de Alpayana. El acuerdo definitivo se firmaría antes del 30 de abril, reforzando la presencia regional del grupo peruano en metales básicos.

3 BRECHA. En marzo, el déficit fiscal bajó a 3.4% del PBI, informó el BCR. Detrás del resultado está la mejora de los ingresos del gobierno general, impulsados por una mayor recaudación del Impuesto a la Renta y el IGV. Sin embargo, aún está lejos de la regla de 2.2% del PBI para 2025. El titular del MEF, José Salardi, reafirmó que el

gobierno está comprometido con retomar la disciplina fiscal y alcanzar la meta. Los esfuerzos se concentrarán en mayor recaudación y eficiencia del gasto.

4 FALLO. El Poder Judicial ordenó a Rutas de Lima suspender el cobro del peaje en Conchán, tras un *hábeas corpus* presentado por la Municipalidad de Lurín. El fallo argumenta que no existen rutas alternas viables y exige garantizar el libre tránsito. La Municipalidad Metropolitana de Lima (MML) calificó la medida como "justa" y señaló que el peaje proviene de un "contrato corrupto". Rutas de Lima denunció un "hostigamiento judicial y político". Afirmó que Ositrán ya validó vías alternas y que la mejora de infraestructura es responsabilidad de la MML. La concesionaria advirtió que la suspensión afecta sus ingresos en 50% y anunció acciones legales.

5 TELECOMUNICACIONES. La Sunat embargó bienes inmuebles de Movistar Perú valorizados en S/513 millones como garantía por las deudas tributarias del Impuesto a la Renta correspondiente a los años 2000-2001 y 2009. La empresa, hoy controlada por la argentina Integra Tec International Inc., informó que esta decisión no afectará los servicios brindados a sus más de 13 millones de usuarios, no comprometerá su flujo de caja ni su plan de modernización tecnológica en curso. Movistar Perú acumula pasivos con Sunat por S/2,337 millones, además de bonos impagos. La compañía inició un proceso concursal ordinario en el Indecopi para reestructurar su deuda. ■





RIMAC SEGUROS Y QUIRON PREVENCIÓN ORGANIZAN EL I CONGRESO DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

El evento convocó a más de 1000 inscritos superando las expectativas, de la mano de su aliado estratégico: Quiron Prevención, líder mundial en temas de seguridad y salud en el trabajo.

La inauguración del evento estuvo a cargo del vicepresidente de Seguros de Salud en RIMAC, Roberto León Gavonel, quien reafirmó el compromiso de RIMAC por trabajar en la prevención de los Riesgos Laborales, compartiendo herramientas innovadoras, conocimientos y nuevas perspectivas que permiten entornos de trabajo más seguros y saludables.

El lineamiento de la OIT respecto al día mundial de la seguridad y salud en el trabajo fue la inspiración de este evento, donde se abordaron los ejes de medicina del trabajo, seguridad en el trabajo, higiene industrial, ergonomía y psicología laboral. Más de 17 charlas corrieron en paralelo, en donde diferentes expositores nacionales e internacionales líderes en el sector compartieron sus conocimientos.

UNA REVOLUCIÓN

Una de las ponencias centrales estuvo a cargo de Alejandro Ramos Martín, responsable del Área de Desarrollo de Negocio en LATAM y Quirón Prevención en España. Él enfatizó que: "El impacto positivo que ha tenido la digitalización y el uso de la Inteligencia Artificial (IA) en la seguridad y la salud de los trabajadores ha generado una

revolución respecto a la monitorización y por lo tanto la toma de decisiones respecto a que es lo mejor para nuestros trabajadores en conjunto con el crecimiento de la empresa.

El experto también habló de los servicios generales que la compañía ofrece a lo largo de sus 50 años de experiencia, brindando soluciones flexibles, en Europa y Latinoamérica: "Esta tecnología permite observar mediante aparatos especiales el curso de uno o varios parámetros fisiológicos o de otra naturaleza para detectar posibles anomalías. Es decir, permite entender mejor los riesgos y anticiparse a los accidentes", agregó.

SAUD LABORAL

David de Juan, responsable del Área Customer Journey y Proyectos Especiales Analytics de Quirón Prevención España, centró su exposición en los beneficios que genera la IA para analizar inmensas cantidades de datos para la obtención de conclusiones sobre la salud de los trabajadores de una empresa. Como la detección temprana de enfermedades, la personalización de los tratamientos de reincorporación, entre otros. "Estamos implementando IA con Modelos LLM (tipo ChatGPT) para

realizar análisis más complejos, usando lenguaje natural. Por ejemplo, analizar el porcentaje de alteración de glucosa en los últimos 4 años teniendo en cuenta la edad del sujeto, el sexo y la provincia a la que pertenece".

FACTOR HUMANO

La experta Amanda Orrego habló acerca de las estrategias para conseguir una empresa saludable con la ayuda de la IA. La personalización real, la planificación bien diseñada y la transdisciplinariedad son valores que resaltó dentro de las cualidades de una empresa que se apoya en la tecnología como su mejor aliada.

Por su parte, Ana María Torrecilla, directora de Plataformas en Q-safety España, habló del software Quipo, una plataforma que se adapta al usuario, ya que permite intercambiar y validar los documentos en una misma web centralizando la información disponible las 24 horas del día, y se vuelve un único punto de encuentro entre los actores participantes brindando una trazabilidad garantizada. "Herramientas tecnológicas como la IA facilitan el intercambio documental entre el cliente y sus colaboradores", dijo.

NUEVAS APLICACIONES

La Ergonomía 4.0 es el resultado de la aplicación de las tecnologías 4.0, IA, Big data, entre otras, en las metodologías de evaluación con el objetivo de mejorar la eficiencia técnica y la salud de los trabajadores.

En la mesa de las Nuevas Metodologías Digitales para la Evaluación de Riesgos ergonómicos, Albert Valls, responsable del área de Ergonomía en Quirón Prevención de España comentó sobre los beneficios de ErgoIA, un software de análisis biomecánico basado en IA para el análisis automático del puesto de trabajo del proceso industrial. "Este software permite saber dónde colocar a los trabajadores evaluando sus lesiones y condiciones físicas. Es decir, que los niveles de riesgo disminuyan, y determinar la mejor combinación para rotar a los trabajadores en los puestos de trabajo. Usar la IA para que exoesqueletos ayuden a mejorar la postura de los trabajadores, analizando sus movimientos y segmentos corporales es un gran beneficio", agregó. La ponencia concluyó en que el uso de la ErgoIA permite ahorrar tiempo y obtener resultados más objetivos para aumentar el volumen y la calidad obtenida. ■

LOS CAÍDOS DE LA IA GENERATIVA

La automatización de tareas de programación y de grandes análisis de datos que trajo la IA generativa ha supuesto un cisma al interior de las consultoras *tech*. El talento que antes se limitaba al dominio puro y duro de la tecnología está siendo reemplazado por perfiles de mayor *seniority* y visión de negocio. Y quienes no se ajusten al cambio serán descartados por la industria.



POR MARISOL ALVARADO B.

Proveer un servicio especializado y ágil dejó de ser suficiente para que las consultoras tecnológicas y digitales con presencia en el Perú marquen la diferencia de cara a sus clientes. En un nuevo entorno marcado por la creciente automatización de tareas técnicas que la inteligencia artificial (IA) generativa trajo consigo, las habilidades de comunicación, asesoría de negocio, pensamiento estratégico y negociación han dado un paso al frente para ser, ahora, las más exigidas por los clientes de grandes firmas de consultoría *tech*. “Los clientes ahora esperan respuestas más rápidas, personalizadas y con mayor valor agregado. Ya no es suficiente con el conocimiento técnico. Se espera que el consultor traduzca la tecnología en acciones concretas y estratégicas, adaptadas al negocio y con beneficios tangibles”, reconoce el socio de Consultoría de EY Perú, Francisco Escudero.

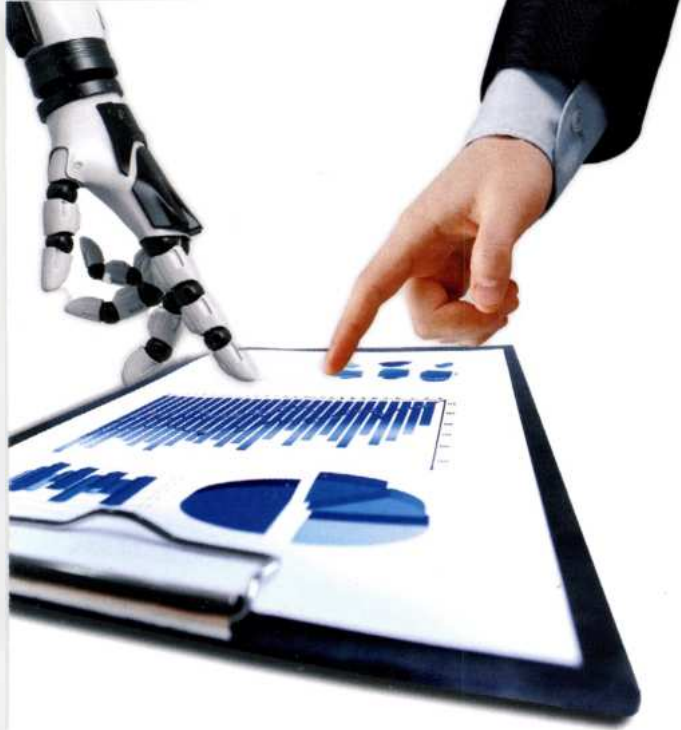
Funciones cotidianas como la programación o el análisis de grandes volúmenes de datos ya son realizadas por una IA, aunque bajo la supervisión humana. Una situación que ha decantado en fricciones internas en las compañías de consultoría y consultores muy técnicos que no estuvieron dispuestos a abrirse al cambio, que se han visto obligados a renunciar o que incluso han debido ser desvinculados por no ajustarse al nuevo perfil que hoy exige el mercado. “No todas las personas van a cambiar su posición cómoda de conocimiento y

experiencia”, afirma el fundador y CEO de Neo Consulting, Daniel Falcón.

Cambio de perfil

En medio de la transformación desencadenada por la IA generativa, los consultores especializados en tecnología son quienes enfrentan los mayores desafíos. Parte de sus tradicionales tareas — y, por lo tanto, sus oportunidades para agregar valor — ahora están siendo automatizadas por la IA generativa.

Para adaptarse a este cambio de paradigma, las empresas de consultoría han debido implementar en tiempo récord programas de *upskilling* y *reskilling*, además de crear herramientas de IA *ad hoc* para potenciar el trabajo de ese talento. “Se han desarrollado aplicaciones propietarias de BCG para integrar la IA generativa en el trabajo cotidiano. Su integración en los procesos de trabajo se considera fundamental, tratándola como un ‘exoesqueleto’ que permite a los consultores ser más productivos”, cuenta el *managing director* y socio de Boston Consulting Group (BCG), Cristián Carafi. Algunas consultoras incluso han pasado a medir el desempeño de sus equipos en función al uso de dichas herramientas. PwC y Neo Consulting,



El *expertise* técnico ya no tiene el peso que alguna vez tuvo para desarrollar una carrera exitosa y crecer en la industria de consultoría tecnológica

por mencionar sólo algunos casos, hoy consideran la recurrencia del uso de la IA generativa como parte de las evaluaciones de *performance* de sus equipos.

Quienes han podido adecuarse a las nuevas reglas de juego están logrando optimizar la productividad de su trabajo. En NTT Data, por ejemplo, un proyecto que tardaba 22 horas en completarse hoy sólo toma tres horas y media, gracias al uso de IA generativa. “Da *insights* sumamente valiosos, pero debes tener el criterio de cómo utilizar esa información y en qué situaciones”, advierte su *people director*, Mariella Escarcena.

Dicha reducción del tiempo, principalmente vinculada a tareas más operativas, ha alterado las expectativas, sobre todo en torno a los consultores tecnológicos abocados a los aspectos más técnicos. “Al tener más agilidad y eficiencia en el trabajo, se espera que puedan tener un mayor acercamiento a sus clientes y desarrollar un nivel de relacionamiento más dinámico y estratégico”, explica el socio de Consultoría de Negocios de PwC Perú, Oscar La Torre.

Quienes antes podían especializarse sólo en el dominio de tecnologías complejas, ahora se están viendo obligados a perfeccionar su comunicación estratégica, pensamiento crítico y analítico, al igual que su conocimiento a profundidad del negocio del cliente. Así, el *expertise* técnico ya no tiene el peso que tuvo alguna vez para desarrollar una carrera exitosa en la consultoría tecnológica y digital. “Que puedan comunicarse muy bien

con equipos tecnológicos y con equipos de negocio es importante. Antes no lo exigíamos si la persona era muy experta, porque había alguien del equipo que lo podía hacer. Ahora tienen que hacerlo todos”, remarca Falcón, de Neo Consulting.

Los más buscados

La transformación descrita en las necesidades del mercado ha posicionado a los perfiles de consultores tecnológicos más *senior* y con *expertise* en el desarrollo de estrategias de negocio como los más codiciados del momento. “El cliente nos pide perfiles mucho más especializados y esta especialización va de la mano con un *seniority*”, cuenta Escarcena, de NTT Data.

La alta valoración de estos perfiles genera, a la vez, una mayor disposición de las empresas de consultoría tecnológica para pagar salarios más elevados. Por ejemplo, un consultor que utiliza IA generativa puede ganar entre 20% o 30% más que un consultor que no lo hace, de acuerdo con Álvaro Bellido, *managing partner* de la firma de *headhunting* Stanton Chase. Y la disposición para aprender y experimentar con la IA generativa es altamente valorada al momento de contratar a los nuevos profesionales.

De esta manera, se está fijando un nuevo estándar para acceder a puestos de consultoría. Pero alcanzarlo a nivel de todo el sector tomará tiempo, sobre todo si se tiene en cuenta el déficit de talento digital que aqueja al país. “Hemos visto que las velocidades son diferentes, pero finalmente se llegan a adaptar”, afirma el *lead partner* de Advisory de KPMG Perú, Willy Guerrero.

Si bien la especialización técnica no se dejará de lado, el consultor de hoy y del futuro deberá complementarla con flexibilidad y estrategia de negocio tanto para responder a las necesidades del cliente como para robustecer la relación con este en el tiempo. ■

INVERSIONES PERUANAS

MIRAN AL ECUADOR

La apuesta de las empresas peruanas por ampliar sus operaciones al mercado ecuatoriano se mantiene firme, a pesar de la crisis económica y energética que aquejó a ese país en los últimos años. Con un entorno más estable para la inversión privada, tras la reciente reelección de Daniel Noboa como presidente, nuevos jugadores peruanos se alistan para cruzar la frontera y extender su alcance.



POR ALBA ÑAUPAS

Ecuador apunta a consolidar su atractivo como una plaza de expansión cada vez más relevante para las empresas peruanas. En los últimos años, a pesar de la crisis económica y energética que atravesó dicho país, la brújula de grandes jugadores locales como Grupo Romero, Grupo Gloria e Intercorp señaló al norte, con el aterrizaje de giros de negocio ampliamente diversos. Ello como parte de una ola de arribos peruanos que está lejos de acabar. “Es un mercado interesante. Si bien es más pequeño que el de Colombia, Ecuador tiene muchas minas pequeñas de oro, por lo que es muy atractivo”, afirma James Valenzuela, CEO de Resemin, compañía peruana líder del mercado local y una de las tres más importantes del mundo en producción de maquinaria para minería subterránea, que alista su arribo a Ecuador en el corto plazo.

Hoy, con un riesgo país más controlado, tras la reciente reelección de Daniel Noboa como Presidente de la República, nuevas empresas peruanas de diferente envergadura evalúan cruzar la frontera para operar en tierras ecuatorianas. Y aquellas compañías con presencia en ese mercado ya se alistan para robustecer y ampliar su alcance.

Lluvia de inversiones

“En cuatro años, hemos ayudado a 45 empresas a aterrizar en Ecuador. Alrededor de 20 fueron peruanas”, revela Valentina Almeida, gerente general de Soft Landing Ecuador, agencia especializada en asesorar a inversionistas extranjeros durante su proceso de ingreso a dicho país. Entre las peruanas, una de las primeras que apostó por iniciar su proceso de internacionalización en Ecuador durante el último lustro fue Caja Huancayo, que a fines de 2022 inauguró la primera oficina fuera del Perú, en la ciudad fronteriza de Huaquillas.

Luego se sumarían jugadores de la talla de Intercorp. En diciembre de 2023, su cadena de mejoramiento para el hogar, Promart, abrió la primera tienda en Guayaquil y, en 2024, inauguró un segundo local en Quito, con una inversión total de US\$70 millones. Por su parte, Innova Schools, la red de colegios privados del mismo grupo, abrió en junio de 2024 sus dos primeras sedes en Quito, con una inversión de US\$13 millones.

En los últimos meses, otros grandes actores locales, como Alicorp y Grupo Gloria, darían pasos firmes para incrementar su presencia en Ecuador, con interesantes adquisiciones en dicha plaza. “Vemos a Ecuador con optimismo. Es una apuesta de largo plazo, que se ha reforzado con el acuerdo para adquirir Jabonerías Wilson”, cuenta el vicepresidente de Negocios Internacionales de Alicorp, Javier Rota. De aprobarse la transacción, la empresa fortalecería su estructura de distribución local y ampliaría su portafolio en Ecuador, que hoy constituye el segundo mercado internacional más importante de Alicorp.

Este creciente apetito peruano por llegar al vecino del norte, sin embargo, ha dejado de ser exclusivo de los grandes grupos empresariales. Ahora, empresas medianas e incluso pequeñas miran con interés un eventual próxi-



Inversiones importantes de empresas peruanas en Ecuador

2022

Diciembre

Caja Huancayo abrió su primera oficina en el extranjero en Huaquillas, Ecuador



2023

Diciembre

Promart inaugura su primera tienda en Guayaquil



2024

Junio

Innova Schools inauguró sus dos primeras sedes en Quito



Julio

Grupo Gloria adquiere empresa hidroeléctrica Ecoluz de Ecuador



Diciembre

Alicorp firma contrato para adquirir la ecuatoriana Jabonerías Wilson



2025

Enero

Grupo Gloria cierra la compra de Ecuajugos, el negocio de lácteos y jugos de Nestlé Ecuador



Fuente: Notas periodísticas

“En cuatro años, hemos ayudado a 45 empresas a aterrizar en Ecuador; 20 fueron peruanas”

mo arribo a tierras ecuatorianas. “Tienen Quito y Guayaquil, dos ciudades con mercados más pequeños que los nuestros, pero con muchas oportunidades a nivel inmobiliario. Vimos que podíamos aportar muchas cosas ahí desde nuestra experiencia. Lo estamos evaluando”, adelantó Renzo Rodríguez, gerente general de Ditrenzzo Inmobiliaria, en una reciente entrevista con SEMANAeconómica. A ello se suma el interés de startups como Rento Perú, que opera como un marketplace de movilidad compartida y este año iniciará operaciones en Ecuador. “Ya estamos comenzando a enrolar los primeros vehículos. Para octubre empezaremos a hacer la publicidad para nuestros primeros alquileres”, cuenta su co-fundador, Jorge Portocarrero.

Mejores señales

Además de su ubicación estratégica en la región y de la cer-

canía y afinidad cultural con el Perú, que ofrece ventajas logísticas y operativas, la reciente reelección de Daniel Noboa como presidente ha generado un entorno político más estable y predecible en Ecuador. Lo que, a su vez, fortalece la confianza de una parte del sector privado y apunta a mejorar el clima de inversión. Aunque el gobierno de Noboa combina elementos de centro derecha con medidas populistas puntuales, esta continuidad representa una señal de estabilidad frente al riesgo que habría implicado el retorno del ‘correísmo’, asociado a políticas más intervencionistas, como explica el analista senior para América Latina de The Economist Intelligence Unit (EIU), Cristóbal Samardzich.

A pesar de los importantes desafíos recientes, que incluyen una crisis económica que en 2024 contrajo el PBI en 2% y una crisis energética que impactó de forma severa a la industria, Ecuador se mantiene hoy como un destino atractivo para las empresas peruanas. Ello gracias a la dolarización de su economía, que ayudó a mitigar los efectos de la crisis y a mantener una inflación controlada, de acuerdo con el analista económico Paulo Barreiro.

Hoy, las perspectivas apuntan a un crecimiento moderado de la economía ecuatoriana y no necesariamente a un boom económico. Pero, aun así, el hecho de que una opción considerada radical no haya llegado al poder permite anticipar un escenario más favorable para los negocios en los próximos cuatro años. Y, por ende, para la expansión de la presencia peruana en dicha plaza. “Tras las elecciones, percibimos un entorno más propicio para la inversión. Como empresarios, sentimos una renovada confianza. Sin duda, se ha generado un clima favorable. No sólo para nuestra inversión, sino también para la llegada de capital privado de otras compañías”, advierte el Grupo AJE, que buscará fortalecer sus distintas unidades de negocio en Ecuador durante los próximos meses. ■

INMOBILIARIO

Una fuente emergente de fondeo

En medio de la volatilidad e incertidumbre global, los fondos inmobiliarios están concentrando cada vez más apetito de inversionistas y desarrolladores locales.

Los fondos inmobiliarios, que hoy representan una alternativa menos riesgosa para las gestoras (SE1957), están ganando terreno como una fuente de financiamiento cada vez más relevante para las desarrolladoras inmobiliarias. Sobre todo, en un contexto global de alta incertidumbre y volatilidad de los instrumentos tradicionales de inversión.

El renovado dinamismo del sector inmobiliario está alimentando la confianza de inversionistas y desarrolladores. De 2023 a 2024, las ventas inmobiliarias en Lima se incrementaron de 16,502 a 21,467 unidades, de acuerdo con cifras de la Asociación de Empresas Inmobiliarias del Perú (ASEI). Por su parte, las tasas de interés de los créditos hipotecarios siguen mostrando una tendencia a la baja, situándose hoy en 7.76%, según el último reporte de la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS). “Lo bueno del sector inmobiliario es que es tangible. Es fácil entender cómo se crea el valor”, afirma el CEO de Core Capital, Aldo Fuertes.

Para asegurar la creación de valor, las gestoras de fondos inmobiliarios están adoptando un modelo de inversión vertical. Así, controlan el proyecto desde la adquisición del terreno hasta la comercialización. Por ejemplo, Conexa Financial Group genera fondos de inversión alternativos con subyacentes en activos inmobiliarios para financiar la construcción de viviendas de su propia inmobiliaria en Breña y Pueblo Libre. “A nuestro cliente le gusta este fondo porque tiene baja volatilidad y alta *performance*. Manejamos rentabilidades de 10% a 12% anual”, explica el director ejecutivo del grupo, Freddy Salcedo, tras adelantar que en este 2026 espera obtener la licencia de la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) para estructurar fondos de oferta pública dirigidos al mercado *retail*. Los *tickets* de inversión irían desde los US\$1,000.

En esa misma línea, RGF Fondos, un modelo de negocio de *private equity* para personas de alto

“Estamos experimentando una sobredemanda de los fondos”

patrimonio, también financia proyectos desarrollados por su inmobiliaria, Lima Metro Cuadrado. “Este año tenemos planes de comprar tres nuevos terrenos en Lima Moderna. Observamos cada vez más disposición a invertir en este activo”, cuenta el gerente general del fondo, Daniel Reinoso.

El interés de las inmobiliarias hoy crece a la par de este apetito de inversión. Y cada vez más desarrolladoras buscan crear sus propios fondos privados. “Incluso recibo consultas de inmobiliarias con pocos proyectos interesadas en ingresar al mercado del *asset management*”, subraya Fuertes, de Core Capital, que pertenece al Grupo Edifica y es pionera en recoger capital del mercado afluente y de alto patrimonio para financiar los proyectos de la firma en Lima y EE.UU. “Estamos experimentando una sobredemanda de los fondos públicos de Edifica”, agrega el ejecutivo.

Otra desarrolladora que ya empezó a crear productos para aumentar su capacidad operativa y financiar sus proyectos con capital privado es Andiamo Inmobiliaria. “En 2024, nuestro número de inversionistas creció casi 50%. En lugar de hacer sólo un proyecto financiado con el banco o un fondo específico, podemos hacer dos o tres edificios con el capital levantado”, explica el director de la firma, Víctor Gálvez. (EAA) ■





TELECOMUNICACIONES

VENTANA DE OPORTUNIDAD

La turbulencia que envuele a Telefónica del Perú le imprimirá más competencia a un disputado mercado peruano de telecomunicaciones. Los demás jugadores del sector buscarían ahora ser más agresivos en promociones e inversiones para poder atraer algunos de los clientes fijos, móviles y corporativos de la operadora en crisis.

Desde 2016, los niveles de competencia del mercado móvil son altos. Pero la venta de una de las 'telcos' más grandes y anti-

gua "es una oportunidad que los otros no desaprovecharán para captar clientes", como advierte el exdirector de Osiptel, Manuel Cipriano. A raíz de la noticia de la venta, muchos operadores retomaron con fuerza las promociones y descuentos por portabilidad a través de sus páginas web, llamadas o mensajes de texto.

A ello se suma el anuncio de planes de inversión más agresivos. Entel, por ejemplo, invertirá más de US\$200 millones en Perú durante 2025, según señaló su CEO, Antonio Büchi, en la Junta de Accionistas que se celebró en Santiago de Chile la semana pasada. La cifra supera los casi US\$170 millones investi-

dos en 2024 a nivel local.

El mercado fijo también será un foco importante de inversiones. "En este negocio podrían captar más clientes de Telefónica; especialmente, los nuevos jugadores", dice Cipriano. Mifibra, por ejemplo, busca un préstamo con un fondo de inversión para volver a acelerar sus planes de crecimiento. Y Win comenzará su expansión al sur, a fin de alcanzar el millón de clientes en el 2027.

El objetivo común sería quitarle algo de participación a Telefónica, que en cinco años perdió casi 37 puntos porcentuales (pp) en el negocio fijo y 11 pp en el móvil. "Telefónica debe asegurar el nivel de calidad y mantener su actividad comercial para no verse afectada", afirma el socio de Macroconsult y expresidente de Osiptel, Gonzalo Ruiz Díaz.

Para defender su *share*, Telefónica además deberá seguir invirtiendo en la modernización de las 5,000 torres de su red móvil y conectar más hogares con fibra. "El equipo de Perú se ha mantenido para asegurar la continuidad de la operación", remarca el socio *senior* de Porto Legal, José Miguel Porto. "Si Telefónica no participa en la próxima licitación de la banda 5G, perdería presencia en un mercado importante", agrega Ruiz Díaz.

SEMANAeconómica buscó a Claro, Entel y Bitel, pero al cierre de esta edición no obtuvo respuesta. Telefónica, por su parte, aseguró a esta revista que su prioridad será garantizar "una propuesta con precios competitivos y beneficios diferenciales para mantener la confianza de los clientes", en palabras del director de *marketing* de Movistar Perú, Luis Acuña. (ASU)

PRO INVERSIÓN

SOLICITUD DE EXPRESIÓN DE INTERÉS

CONTRATACIÓN DE UN CONSULTOR INTEGRAL PARA EL PROCESO DE PROMOCIÓN DE LA INICIATIVA ESTATAL COFINANCIADA (IEC) "DISEÑO, CONSTRUCCIÓN, OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO DEL HOSPITAL NACIONAL HIPÓLITO UNANUE"

La Agencia de Promoción de la Inversión Privada – PROINVERSIÓN, en el marco del Reglamento para la Contratación de Servicios de Consultoría de PROINVERSIÓN, invita a las firmas consultoras, nacionales y extranjeras, a presentar Expresiones de Interés para participar en el proceso de selección de un Consultor Integral que brinde a PROINVERSIÓN asesoría en las fases de Estructuración y Transacción de la Iniciativa Estatal Cofinanciada "Diseño, construcción, operación y mantenimiento del Hospital Nacional Hipólito Unanue".

De manera general, más no limitativa, la consultoría comprende las siguientes actividades:

- Revisar el estudio de preinversión del proyecto declarado viable a fin de verificar el dimensionamiento del hospital, identificando y sustentando, de ser el caso, los ajustes técnicos (incluyendo arquitectónicos), económicos y otros que correspondan al Proyecto.
- Revisar y evaluar los aspectos técnicos, económicos, ambientales y sociales de los documentos del Proyecto.
- Elaborar las versiones del contrato de APP para el Proyecto, incluida la Versión Inicial del Contrato (VIC) y la Versión Final del Contrato (VFC) que suscribirá el adjudicatario de la buena pro.
- Elaborar y presentar, a solicitud de PROINVERSIÓN, todas las actualizaciones del Informe de Evaluación Integrado (IEI), Modelo Económico Financiero, VIC, y VFC, así como de los correspondientes sustentos que se requieran hasta la adjudicación del Proyecto.
- Elaborar la propuesta de bases del concurso público y los sustentos correspondientes.
- Proponer y ejecutar las actividades de mercadeo y promoción para el proceso de promoción de la inversión privada del Proyecto.
- Proponer el factor de competencia en el marco del proceso de promoción de la inversión privada del proyecto.
- Asesorar permanentemente a PROINVERSIÓN en el desarrollo del proceso de promoción de la inversión privada, en la absolución de todo tipo de propuestas, consultas y observaciones que planteen los diferentes actores del sector público y privado.

La Expresión de Interés comprende la presentación conjunta en formato pdf de: (i) la Carta de Expresión de Interés en la Consultoría (Formato No. 1) y (ii) la Declaración Jurada de Experiencias (Formato No. 2), ambos formatos debidamente llenados y firmados, y en idioma español.

Las Expresiones de Interés deberán ser remitidas hasta el próximo **07 de mayo de 2025** al correo electrónico: consultoriasalud@proinversion.gob.pe

Para más información sobre el alcance de la consultoría, las calificaciones y experiencias requeridas al Consultor, los criterios para determinar la Lista Corta de Postores Calificados así como las formalidades para presentar las expresiones de interés, deberán ingresar al portal web de PROINVERSIÓN, a través del siguiente enlace:

<https://www.investinperu.pe/es/pi/procesos-de-seleccion/expresiones-de-interes/2025ei/app-hospital-hipolito-unanue>

Las consultas respecto a la solicitud de expresión de interés se deberán realizar al correo electrónico antes citado hasta el 2 de mayo de 2025 a la atención de la señora María Elena Fernández, Directora de Proyecto.

La absolución de las consultas u otros referidos a la Solicitud de Expresión de Interés se realizará a través de los comunicados que serán publicados en el enlace antes señalado hasta un (1) día antes del vencimiento del plazo establecido para la recepción de expresiones de interés.

Lima, 27 de abril de 2025

Dirección Especial de Proyectos



BUSINESS AI

SAP BUSINESS UNLEASHED INNOVATION DAY

El SAP Business Unleashed Innovation Day se celebró el 10 de abril en el Country Club Lima Hotel, reuniendo a expertos en tecnología y líderes empresariales. Durante el evento se exploraron las innovaciones de SAP en Inteligencia Artificial (IA) y sus aplicaciones en la nube, diseñadas para optimizar procesos, mejorar la toma de decisiones y acelerar la digitalización empresarial.

Entre los panelistas más

destacados estuvieron Cristóbal Vergara, Nuevo Director de SAP Andina, Centroamérica y Caribe; Paula Cortés, CFO de Ualá; Rodrigo Solon, Head of Business Technology Platform de SAP Americas; y Ricardo Rojas, CIO de Centria. Cada uno de ellos compartió sus conocimientos sobre cómo las soluciones de SAP están ayudando a las empresas a transformar sus operaciones y a tomar decisiones más informadas y eficientes. ■



Paula Cortés, CFO de Ualá, y **Lorena Grados**, Ejecutiva de Cuentas de SAP.



Ricardo Rojas, CIO de Centria, y **Marco Vigil**, Ejecutivo de Cuentas de SAP.



Luis Felipe Fernandini, Director Práctica SAP de NTT Data Perú; **Gonzalo Jourde**, SAP Sales Specialist de Google Cloud; **Manuel Landa**, CIO de Cementos Pacasmayo, y **Cristian Espejo**, SAP S/4HANA Cloud Sales Expert.



Marcos Valderrama, Grow Sales LAC South de SAP.



INFRAESTRUCTURA

DISCORDIA EN OLMOS

La transferencia del Proyecto Especial Olmos (Lambayeque) del Gobierno Regional (GORE) de Lambayeque al Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (Midagri) apunta a extender su entrampamiento (SE 1955). Según pudo conocer SEMANA económica, **el GORE se opone a entregar el proyecto al Midagri, debido a que desearía mantener la concesión con Novonor (antes Odebre-**

cht), a través de su subsidiaria Concesionaria Trasvase Olmos. Una posición diametralmente opuesta a la del Poder Ejecutivo.

Tras cuatro sesiones descentralizadas, el último miércoles se realizó una sesión extraordinaria en la que participaron actores sectoriales, consejeros regionales, ProInversión y el Ministerio de Economía y Finanzas. El Midagri se ausentó. Aunque se discutieron temas de asistencia técnica a cargo del Ejecutivo, no se logró ningún avance para vencer al GORE de traspasar el proyecto, según el dirigente del

Bloque 1 de Riego de Valle Viejo, Audías Tiquillahuanca, quien estuvo presente en la reunión.

De los 10 consejeros regionales, sólo entre dos y tres estarían alineados con el Ejecutivo. Los demás, entre ellos el consejero delegado titular, buscarían que el GORE firme una quinta adenda para extender la concesión de Novonor por diez años más, de acuerdo con Jorge Gutiérrez, consultor independiente en asuntos hídricos, con conocimiento directo del proyecto Olmos.

La postura de los consejeros recibió el respaldo del gobernador regional de Lambayeque, Jorge Luis Pérez, quien cuestionó las recientes declaraciones del presidente del Consejo de Ministros, Gustavo Adrianzén. El último jueves el primer ministro

ratificó la decisión del Ejecutivo de no renovar el contrato de concesión con Novonor.

El gobernador dijo que la región no asumirá las indemnizaciones derivadas de no extender el vínculo contractual. Lo cierto, sin embargo, es que el contrato no obliga al GORE a desembolsar dinero. "No hay indemnización que pagar cuando caduca un contrato de concesión por vencimiento de plazo", aclara el socio Damma Legal, Juan José Cárdenas.

A cinco meses del vencimiento de la concesión, la transferencia ahora necesita acelerar. "Es natural que los GORE no quieran ceder la titularidad. Pasó con Chavimochic y Majes. Pero todavía no tienen capacidades técnicas ni financieras para manejar proyectos de esta complejidad", finaliza Cárdenas. (CGC)

El GORE de Lambayeque se sigue oponiendo a entregar el proyecto Olmos al Midagri

TURISMO

"Este año estamos siendo bastante agresivos"

Gonzalo Calderón, CEO de Aranwa Hotels, estima que la compañía incrementará su facturación en 22% este año. Además, apostará por la remodelación y apertura de nuevos hoteles en Lima y Arequipa.



Aranwa

¿Cuáles fueron los resultados en el 1T25?

Estamos 2% sobre el presupuesto de ventas y 4% sobre el de rentabilidad. El hotel de mejor *performance* fue Paracas, que ha sido recientemente remodelado. Ha tenido un incremento de 8% en su tarifa y 3% más en ocupación. Esto nos ha permitido sortear los problemas del hotel de Vichayito, donde perdimos 11 habitaciones por los oleajes anómalos de finales del año pasado.

Las tarifas del sector hotelero cayeron bastante en los últimos años. ¿Están cerca de recuperar los niveles de 2019?

Hoy Paracas tiene *tickets* más altos por la remodelación. Sin embargo, Cusco y Valle

Sagrado todavía no recuperan los números tarifarios. En este momento, estamos a 1% o 2% por debajo de la tarifa prepandemia. El 2024 era casi 5%. Tenemos un equipo comercial muy enfocado en subir la tarifa.

¿Aranwa abrirá más hoteles?

La prioridad es remodelar el hotel de Vichayito y para eso invertiremos cerca de S/5 millones. Además, planeamos subirlo de categoría, pero eso se hará entre 2025 y 2026. También empezamos la siguiente etapa de la remodelación del hotel de Paracas, y el próximo año tendremos una inversión fuerte en el hotel del Valle Sagrado. Por otro lado, tenemos proyectos de un hotel en Lima y otro en Are-

quipa. Ambos deberían abrir en 2026.

¿La compañía tiene planeado abrir hoteles en el extranjero?

Hay un par de proyectos en evaluación, pero todavía es muy precario. Hay mucho por hacer en Perú. Por ejemplo, queremos tener más presencia en Cusco y Lima. Antes de pensar en internacionalizarnos, tenemos que consolidar la marca aquí.

¿Cuánto proyectan crecer este año?

Este año estamos siendo bastante agresivos. Tenemos presupuestado crecer 22% en facturación y pasar de 11% a 16% de rentabilidad. (ASU)

RETAIL

RENACEN LAS SASTRERÍAS

Los negocios peruanos de ternos y trajes a medida están capitalizando el creciente interés masculino por la moda y el estilo personal. Hoy, las empresas más importantes del rubro empiezan a expandirse y apuntan al extranjero, motivadas por los resultados positivos en su facturación.

“De 2023 a 2024, los ingresos crecieron 90%”, detalla el director y fundador de Sastrería Firenze, Jorge Bravo. El desempeño del negocio se ha traducido en planes concretos de expansión, como la próxima presencia de la marca en Casacor Perú y la apertura, en junio, de su tercera sede en Miraflores, dentro del bar Sastrería Martínez. “También queremos abrir una tienda en el extranjero con telas originales del Perú”, agrega Bravo.

El ticket promedio de un terno confeccionado con telas de alta gama ronda los US\$1,500. El precio no ha sido obstáculo para que Luis García, fundador de la sastrería que lleva su nombre, incremente la facturación de su negocio en 70% entre 2023 y 2024. “Vienen clientes de Japón y Estados Unidos. Una chaqueta con tela Loro Piana –una de las más exclusivas del mercado– puede costarles aquí la mitad de lo que les cuesta en su país”, explica García.

La sastrería peruana también está explorando oportunidades en un segmento más casual. Por ejemplo, la marca Sastre no sólo confecciona ternos, sino también pantalones, polos y camisas a medida, y ha encontrado con este mercado oportunidades internacionales. “Hoy estamos en Nueva York, pero queremos llegar a Asia, con materias primas de alta calidad como la alpaca, el algodón peruano y la shirringa”, cuenta el fundador de la marca, Sebastián Granda. (EAA)



Valorización
US\$16,000,000

TECNOLOGÍA

En la mira ZeroQ

Con más de una década en el mercado, la *startup* chilena inició su expansión el año pasado e inició operaciones en Perú y Colombia. La compañía busca profundizar su presencia en estos países y potenciar su línea de negocio apalancada en IA. (CGC)



Ernesto Erdmann,
Gerente General & Co-founder



Xania Pantoja,
Gerente Comercial & Co-founder

MODELO DE NEGOCIO

ZeroQ desarrolló un *software* que brinda soluciones de atención al público – tanto a nivel presencial como remoto – destinadas al aumento de la productividad. Sus servicios incluyen *queue management*, sistemas de autoatención y autopago, sistemas de coordinación remota entre sucursales, entre otros. Atienden a más de 360 clientes como bancos, clínicas, cajas de pago, notarías y municipios. Entre las principales empresas locales destacan Clínica Stella Maris, Win y Jardines de la Paz.

Rondas de inversión

En US\$

Capital semilla	2015	50.000
Fondos de la Corporación de Fomento de la Producción*	2017	200.000
Apertura a la Bolsa de Santiago**	2023	3.000.000

*Agencia del Gobierno de Chile.

** Venta del 18,75% de su propiedad, equivalente a 130.687 acciones valoradas en CLP \$18.365 cada una

Fuente: ZeroQ

EXPANSIÓN

El 2024 fue un año clave para ZeroQ, ya que internacionalizaron sus operaciones y llegaron al mercado peruano y colombiano. El financiamiento fue obtenido mediante una IPO en ScaleX, mercado alternativo de la Bolsa de Santiago que ofrece financiamiento para *startups* (ver gráfico). La llegada a nuevos mercados le permitió alcanzar ingresos por más de US\$2,5 millones, un incremento de 20% frente a 2023. Además, lanzaron soluciones de preatención y atención de clientes basadas en inteligencia artificial. Esperan que en cinco años esta sea la principal línea de negocio.

PLANES

ZeroQ descarta nuevas expansiones en el corto plazo, ya que tendrá como principal prioridad aumentar su presencia en los mercados a los que acaba de ingresar. Perú y Colombia todavía representan un pequeño porcentaje en las métricas de la *startup*: representan el 6% de los clientes y el 5% de los ingresos totales. El objetivo es que ambos países representen este año el 25% de las ventas nuevas, superando así el 13% de 2024. “En un par de años los mercados extranjeros superarán a Chile en facturación”, resalta su Gerente General y Cofundador, Ernesto Erdmann.



CLUB DE LA SOSTENIBILIDAD

CREANDO UN PROPÓSITO

El primer evento del Club de la Sostenibilidad profundizó en el propósito corporativo como motor principal para el despliegue de las diferentes iniciativas al interior de las organizaciones. El foro se realizó el martes 22 de abril, y contó con el apoyo de Komatsu - Mitsui, Veolia, Arcos Dorados y el BBVA.

El evento empezó con una conversación entre Rubén Sánchez, CEO de San Antonio, y Diego Chirinos, Director de SEMANAeconómica, quienes profundizaron sobre el rol de los líderes en la construcción del propósito corporativo.

Luego, continuó con un panel de conversación conformado

por Mirtha Rodríguez, Directora Corporativa de HSSEQ y Sostenibilidad en Komatsu-Mitsui; Carlos Silva, Jefe de Comunicaciones de Arcos Dorados; y Vittorino Laura Mendoza, Líder de Sostenibilidad de Veolia Perú. En este espacio se detallaron los pasos que toda empresa debe seguir la construcción de su propósito corporativo.

Finalmente, el evento concluyó con una exposición de Mercedes Castro, Jefa de Relaciones Institucionales de Fundación BBVA, quien detalló cómo el banco ha trabajado con diferentes Objetivos de Desarrollo Sostenible para la elaboración de su propósito. ■



Mercedes Castro, Jefa de Relaciones Institucionales de Fundación BBVA



Ruben Sánchez, CEO de Grupo San Antonio, y **Diego Chirinos**, Director de SEMANAeconómica.



Carlos Silva, Jefe de Comunicaciones de Arcos Dorados.



Mirtha Rodríguez, Directora Corporativa de HSSEQ y Sostenibilidad en Komatsu-Mitsui.



Vittorino Laura, Líder de Sostenibilidad de Veolia Perú.



María Teresa Morales, Ejecutiva *Cash Promotion* de BBVA; **Diego Zamora**, Ejecutivo *Cash Promotion* de BBVA; y **Rosángela Uceda**, Ejecutiva *Cash Promotion* de BBVA.



Enrique García, Director Regional de ACE GeoSynthetics; **Margie Bazán**, Gerente de Negocios Sostenibles de BG Metal Trade; **Frank Valverde**, Director de Legal e Innovación de Cámara Verde Perú; y **José Anicama**, Gerente de Sinergia Construcción.





Fotomontaje

ASESORÍA FINANCIERA

La regulación que asoma en la SMV

El 2026 se perfila como el año en el que finalmente se regularían las asesorías de inversión de agentes no autorizados. La nueva regulación alcanzaría incluso a los influencers de inversiones.

La Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) empieza a cocinar su involucramiento en la regulación del servicio de asesoría de inversiones, de acelerado crecimiento en el país y en el que hoy existen vacíos normativos que pueden derivar en serios riesgos para los inversionistas. El nuevo marco legal, en el que se trabajaría a partir del próximo año, alcanzaría incluso a las actividades de los llamados 'finfluencers'; es decir, aquellas personas que comparten consejos financieros en redes sociales.

La hoja de ruta del Banco Mundial para fortalecer el mercado de capitales peruano es clara respecto a este tema: recomienda regular las asesorías de inversión brindadas por agentes no autorizados bajo la normativa actual. Con ello en cuenta, la SMV se abocaría a esta problemática el próximo año. "No está en la agenda regulatoria de 2025, pero en 2026 se verá y evaluará el momento", cuenta el superintendente adjunto de Supervisión Prudencial de la SMV, Omar Gutiérrez. Colombia y Chile ya han implementado regulaciones de este tipo. "Como mercado integrado,

tenemos también que abordar ese aspecto", reconoce Gutiérrez.

Actualmente, las normas sobre asesoría financiera sólo alcanzan a las casas de bolsa y a las sociedades administradoras de fondos mutuos y de fondos de inversión, que deben contar con una autorización del regulador para operar. "Pero en el mercado hay asesores financieros que no están regulados", recuerda Gutiérrez. Esto último expone hoy al inversionista —sobre todo, al *retail*— a riesgos por recomendaciones inadecuadas. "Por ejemplo, se ofrecen fondos de renta fija con rentabilidad también fija. Pero eso no es cierto, los bonos fluctúan. Y existen fondos de inversión de *factoring* que se venden como si fueran depósitos a plazo, pero que tienen un riesgo importante", cuestiona el CEO de Tandem Finance, Paul Rebolledo.

Entre los temas que considerará el nuevo marco regulatorio de la SMV estarían, por ejemplo, la exigencia de una autorización o de un registro tras el cumplimiento de ciertos requisitos, según adelanta Gutiérrez. La norma, además, le exigiría al asesor mantener una conducta proba e idónea, divulgar información con estándares mínimos de calidad y revelar la existencia de conflictos de intereses.

En el caso de los 'finfluencers', que en el papel están sujetos a la obligación general de no brindar información falsa o

engañoso al mercado, la SMV considera necesario ampliar la vigilancia a aquellos que ofrezcan asesorías personalizadas, capten recursos o reciban pagos para recomendar alguna inversión. Y una certificación mínima de conocimientos financieros

asoma como uno de los potenciales requisitos para operar. "El reto es homogeneizar la cancha para regulados y no regulados", remarca Rebolledo. Las nuevas exigencias, sin embargo, deberán ser balanceadas para no ahogar al todavía pequeño mercado de valores local, de acuerdo con el socio de Damma Legal Advisors, Álvaro Castro Lora. (MAP) ■

La SMV considera necesario ampliar la vigilancia a los 'finfluencers'

INVERSIONES

ESG EN ASCUAS

Los activos ESG han empezado a rezagarse, afectados por un entorno de mayor volatilidad e incertidumbre global. En lo que va del año, los fondos categorizados bajo criterios ESG vienen registrando menores retornos, en contraste con los principales índices bursátiles.

Los vaivenes en el sector *tech* han afectado el desempeño de los ETF ESG, por su alta concentración en activos tecnológicos. Eventos como la llegada de la IA de DeepSeek y el recrudecimiento de la guerra comercial entre Estados Unidos (EE.

UU.) y China han mermado las altas valorizaciones en este 2025. ETF como el ESGU (-7.42%), SUSA (-7.01%), o el ESGV (-8.22%), por ejemplo, muestran rendimientos más negativos que el IVV ETF (-6.5%), que replica al S&P 500. "La diferencia [entre estos activos] es prácticamente nula o incluso negativa. Al menos a corto plazo, no hay un incentivo claro para posicionarse en ESG", reconoce el vicepresidente *senior* en Perú de SURA Investments, Ivan Zárate.

Como consecuencia de ello, los inversionistas empiezan a dejar ciertas posiciones. Así lo demuestran los flujos de

capital. Los fondos sostenibles globales –abiertos y cotizados en bolsa– sufrieron salidas récord en el IT25, revirtiendo así las entradas del IT24, según Morningstar. Europa registró su primer trimestre de salidas netas, mientras que los fondos estadounidenses acumulan diez trimestres consecutivos de retiros. Incluso en Asia se registraron flujos negativos.

El giro político de EE.UU. también ha sido adverso. Su salida del Acuerdo de París, sumada al retiro de Bank of America, J.P. Morgan Chase, Citigroup, Goldman Sachs, Morgan Stanley y Wells Fargo de la Net Zero Banking Alliance –la mayor alianza

climática de la banca– marcó un punto de quiebre en el apetito. "La menor entrada en fondos ESG a nivel global ha estado,

en parte, influenciada por la retórica en EE.UU.", afirma la directora ejecutiva de Asesoría de Inversiones de Wealth Management de Credicorp Capital, Joanna Castro.

La sostenibilidad seguirá siendo parte de las carteras, pero ahora no necesariamente bajo la etiqueta ESG tradicional. En marzo de 2025, BlackRock cambió el nombre de su fondo BlackRock Sustainable Balanced a BlackRock Balanced. "La estrategia va más allá de la etiqueta", advierte el gerente de Inversiones, Mercados Privados y Públicos, Bottom Up de AFP Integra, Daniel Jordán. (JTV)

"A corto plazo, no hay incentivo claro para posicionarse en ESG"

Getty Images



BANCA

"Proyectamos llegar al equilibrio financiero todavía en 2029"

Patricia Conterno, CEO de iO, detalla el avance de la tarjeta de crédito de BCP. Si bien espera llegar a 50,000 clientes este año, advierte que alcanzar el punto de equilibrio aún tomaría tiempo.

¿Cuál ha sido el desempeño de iO hasta el momento?

Se mantiene la propuesta de valor: crear una aplicación simple, flexible, muy segura y 100% digital. Seguimos focalizados en la tarjeta de crédito, donde tenemos 40,000 clientes, y estamos creciendo al ritmo que esperábamos. Sin embargo, proyectamos llegar a un equilibrio financiero todavía en 2029.

¿Qué tan relevante es el *cashback* dentro de su estrategia?

Es nuestra propuesta de lealtad y uno de los principales motivos por el que contratan nuestro producto. A la fecha, hemos entregado \$7 millones en *cashback* a nuestros clientes.

¿Cuál es el perfil actual del usuario de la tarjeta iO?

Es un público predominantemente joven, con edad promedio de 35 años, altamente digital y ya incluido financieramente. Para el 20% de ellos, iO es su tarjeta principal. El 50% de las transacciones ocurre en comercios electrónicos. Se usa para consumos en supermercados, tiendas por departamentos, educación y restaurantes. Queremos crecer en viajes, pasajes y hoteles.

¿Qué nuevas funcionalidades o productos lanzará iO?

Buscamos mayor personalización. Próximamente, lanzaremos una funcionalidad para categorizar los consumos y un nuevo programa de beneficios. Seguiremos madurando la tarjeta de crédito, pero planeamos empezar a trabajar en nuevos productos hacia fin de año, para lanzarlos en 2026.

¿Contemplan algún producto de pasivos (ahorros)?

Puede ser. Con la ayuda de nuestros usuarios, vamos a evaluar dónde hay espacios en el mercado que no están cubiertos.

¿Qué metas se ha fijado iO para este año?

Seguir subiendo nuestra tasa de satisfacción –NPS– por encima de los 60 puntos y llegar a los 50,000 clientes a fin de año. No es una meta muy agresiva. Hoy, nuestro foco no está tanto en crecimiento y atracción de usuarios. Queremos que los usuarios nos elijan orgánicamente. A mediano plazo, aspiramos a captar el 10% del mercado de tarjetas de crédito del país. (MAP)

PAPELES EN REVISIÓN

Las tensiones globales por la guerra comercial entre Estados Unidos (EE.UU.) y China están reconfigurando los valores fundamentales de las empresas listadas en la Bolsa de Valores de Lima (BVL). "El impacto más directo está en la minería. Cualquier corrección actual podría revertirse si el contexto cambia", advierte Julio Torres, Head of

Research de Inteligo.

Southern Copper y Cerro Verde ya enfrentan presiones a la baja en sus precios objetivos, coinciden Seminario SAB, Grupo Coril e Inteligo, debido a la moderación en las expectativas sobre el cobre, al que dichas mineras tienen una amplia exposición.

"Durante esta semana y la siguiente actualizaremos nuestros precios. Los fundamentos de Southern se mantienen sólidos, pero las expectativas de rentabilidad futura están afectadas, y eso justifica ajustes a sus valores

fundamentales", agrega Torres.

La acción de Minsur podría correr la misma suerte que los papeles de Southern Copper y Cerro Verde, debido a que el cobre también es clave en las operaciones de la polimetálica, explica

Luis Piñón, jefe de Negociación en Grupo Coril. Su participación (45%) en la producción de estaño, sin embargo, permitiría mitigar ese impacto, matiza Ricardo Vásquez, asociado de Research en Seminario SAB. "Podría atenuar o incluso revertir la corrección que habría por el cobre. Minsur está próxima a reportar un sólido primer trimestre en el 2025", apunta Vásquez.

En el caso de Buenaventura, el oro se posiciona como un catalizador positivo para su valor fundamental, proyecta Seminario SAB. Dicho metal trepó a máximos históricos, impulsado

por el papel que desempeña como activo refugio. No obstante, Grupo Coril tiene una mirada más pesimista por la participación de Buenaventura en Cerro Verde, que sí está expuesta a los vaivenes del cobre.

"Si llegáramos a cambiar la última perspectiva, probablemente sería a la baja", añade Piñón.

La tensión comercial internacional aún puede tardar algunos trimestres en afectar los valores fundamentales de las empresas de consumo, construcción y, en menor medida, bancarias. "Depende de las expectativas a mediano y largo plazo. La duración del fenómeno global es un factor clave que se deberá recalibrar para ver si hay ajustes en aquellos sectores vinculados a la actividad local", concluye Luis Ramos, Head of Equity Strategy en LarraínVial SAB. (JTV)

"Las expectativas de rentabilidad futura están afectadas"

Valores objetivos de papeles mineros (y sesgo de posible revisión)

↗ Al alza ↘ A la baja = Neutral

Acción	Seminario SAB	Grupo Coril	Intéligo SAB
Southern Copper (US\$)	-	86 ↘	108,2 ↘
Cerro Verde (US\$)	40,1 ↘	-	36,2 ↘
Minsur (S/)	4,9 =↘	4,85 ↘	5,3 =
Buenaventura (US\$)	15,6 ↗	15,9 ↘	14,7 =

Fuente: Casas de bolsa

ALTERNATIVAS A LA CTS

La decisión del Congreso de aprobar un cuarto retiro del 100% de la CTS no toma desprevénidos a los jugadores del sistema financiero. Los bancos y cajas han desplegado estrategias enfocadas en retener y atraer dichos fondos, a raíz de los sucesivos retiros que, durante el último lustro, mermaron una de sus principales fuentes de fondeo de largo plazo.

La salida de recursos del sistema ha sido significativa. Entre diciembre de 2019 y febrero de 2025, los depósitos de la CTS cayeron 61,7%, de acuerdo con datos de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS). "La medida buscaba compensar

los efectos de la pandemia, pero se generalizó de manera recurrente", recuerda la gerente de Productos Pasivos, Seguros y Servicios de Compartamos Banco, Fiorella Olivari.

Los fondos de la CTS permitían a las entidades financieras calzar la colocación de créditos de mayores plazos, principalmente los hipotecarios. En menor medida, algunos créditos de consumo y empresariales. Hoy, eso ya no es posible, ya que, en la práctica, son cuentas de ahorro de libre disponibilidad,

Una estrategia es promocionar los depósitos a plazo

observa la gerente de Productos y Canales de Caja Piura, Milagritos Seminario.

Para compensar el menor fondeo de largo plazo, una de las estrategias ha sido ofrecer mejores rendimientos para estimular la retención de los fondos de CTS y, así, desincenti-

var su uso inmediato, explica la gerente de Área de Productos Pasivos de Mibanco, Isabel Castillo. Incluso, hay clientes que no han tocado su CTS y mantienen saldos mayores a S/10,000, dice la gerente central de Administración y Finanzas de Caja Trujillo, Sandra Bustamante.

Así, las tasas de interés de la CTS pueden llegar a alrededor de 7% en función del monto. El objetivo no sólo es evitar el retiro, sino también atraer la CTS de otras entidades financieras.

Otra estrategia es promocionar los depósitos a plazo fijo con un horizonte de dos, tres o más años, ya que pueden reemplazar, en alguna medida, el fondeo de la CTS. "También tomamos adeudos a tres o cuatro años", añade Bustamante.

Pese a todo, el apetito de la banca por la CTS ya no es el de antaño, cuando incluso la tasa de interés era mayor a la de un depósito a plazo, observa el subgerente de Pasivos de BanBif, Alfredo Marín. (MAP)

Evolución de los depósitos en cuentas CTS

En millones de S/



Fuente: BCR



Desde la
REDACCIÓN

SEMANAeconómica

**Todas las exclusivas de
SEMANAeconómica pueden
llegar a ti **vía WhatsApp****



**Escanea el código QR y súmate
a nuestra lista de difusión**



MARKETING

Cuidado personal a la caza del *buzz*

Las marcas de belleza y cuidado personal ajustan sobre la marcha sus estrategias de marketing para captar la atención de un consumidor agobiado por la coyuntura nacional y global.

La tarea de diferenciarse y mantenerse en el *top of mind* del consumidor para impulsar las ventas es hoy mucho más desafiante para las marcas de belleza y cuidado personal. La conversación o *buzz* positivo —que mide el boca a boca favorable alrededor de una marca, producto o servicio— ha caído en todas las categorías del consumo, pero, sobre todo, en la categoría en cuestión.

Entre enero de 2024 y enero de 2025, el rubro de belleza y cuidado personal presentó una caída de *buzz* positivo de alrededor del 10%, en un momento en el que el consumidor peruano está más preocupado por la inseguridad ciudadana y la incertidumbre política. “[Ahora] las personas priorizan gastos básicos, mantienen productos de cuidado cotidiano y le restan prioridad a los que se usan ocasionalmente”, detalla el *intelligence director* de Havas Group Perú, Manuel Sosa. El ejecutivo anticipa que, en lo que resta del año, el *buzz* positivo no recuperará los niveles de 2024, cuando estuvo por encima del 40%.

Frente a ello, las empresas están diseñando y desplegando acciones más ágiles, conscientes de esta coyuntura y que sincronicen los valores de la

marca con el consumidor para aumentar su efectividad. Un ejemplo reciente es el *Pink Day* de Nosotras, de la multinacional Essity, en alianza con el *podcast* Good Time. Essity identificó en el programa una oportunidad para posicionar su mensaje “*BullyingxLoving*”, asociado a la marca Nosotras desde hace más de seis años. “Un pilar de Nosotras es ser la marca que rompe tabúes. Creamos el *Pink Day* para seguir dándole fuerza a nuestro mensaje”, cuenta la *marketing manager* de Essity, Gabriela Espinar. Tras el *Pink Day*, Nosotras registró un alcance de 1 millón de personas, aunque Essity estima que el impacto total fue de 2 millones, debido a la cobertura que tuvo en medios y redes sociales.

En medio del ruido de la coyuntura, la disposición del consumidor peruano a pagar por productos de calidad es lo que buscarán aprovechar las marcas de belleza. Para estimular sus ventas, ahora estas buscarán posicionarse como una distracción frente al estrés generado por la coyuntura. “El consumidor tiende a seguir engañándose, aunque en menor medida”, explica la *general manager* de la multinacional española Puig en Perú, Paola Orihuela. La empresa ibérica, cuyo portafolio incluye a marcas como Carolina Herrera y Rabanne, alista el lanzamiento de una nueva estrategia de posicionamiento a nivel digital: trabajar con *micro-influencers* y *nano-influencers* que compartan los mensajes de sus marcas de fragancia, maquillaje y cuidado de la piel a potenciales consumidores *centennials*.

En los próximos meses, alinear los mensajes de las campañas con los sentimientos actuales y valores del consumidor será crucial para destacar. Incluso si una marca no habla sobre problemas como la inseguridad, un mensaje coherente con su propuesta de marca será efectivo, como resalta la profesora de Publicidad de la PUCP, Viviana Rivas. (MAB)

Entre enero de 2024 y enero de 2025, el rubro presentó una caída en el *buzz* positivo de casi 10%



Getty Images

“Hoy tenemos S/350 millones alocados a Oxl”

Diego Arispe, director de Personas y Relaciones Comunitarias de Cementos Pacasmayo, explica la estrategia, el enfoque y los indicadores empleados por la compañía para ejecutar sus proyectos de impacto social.



En 2021, Cementos Pacasmayo actualizó su estrategia de sostenibilidad. ¿La gestión social evolucionó a partir de ello?

La estrategia de gestión social varía permanentemente, porque nos regimos por el propósito de contribuir con la mejora de la calidad de vida de las comunidades con las que interactuamos, y las necesidades no son las mismas en todas nuestras áreas de influencia. Recogemos [sus expectativas] a través de un relacionamiento que permite conocerlos para echar a andar iniciativas de índole social que estén a nuestro alcance. Tenemos cuatro pilares: salud, educación, desarrollo local e infraestructura básica.

¿Qué indicadores utilizan para evaluar los resultados de sus proyectos?

Manejamos 31 iniciativas sociales. La herramienta de medición depende mucho de la madurez de cada iniciativa. Cuando es nueva, vemos indicadores de esfuerzo. En Sueños en Concreto, que arrancó como piloto en 2022, los indicadores son de esfuerzo: a cuántas viviendas llegamos, por ejemplo. Comenzamos con 50. En 2024 hicimos 1,000; este año vamos por 1,000 más.

Pero hemos contratado a un asesor [para] identificar indicadores de impacto; es decir, cómo la salud afectada por un piso de tierra va mejorando con un piso de concreto. Cuando la iniciativa tiene cierta maduración

si medimos indicadores de impacto.

¿Cómo distribuyen su presupuesto entre las 31 iniciativas?

Gestionamos el presupuesto en función al plan operativo anual que tenemos para cada sede. Invertimos entre 8% y 10% del presupuesto de inversiones. En 2024, la inversión social fue de S/8,103,359. Donde más invertimos fue en educación. En paralelo, hoy tenemos S/350 millones alocados a Obras por Impuestos (Oxi) en etapas preparatorias. Entonces, tenemos el presupuesto de gestión social, pero este otro también apunta a una causa social, porque permite cerrar brechas de infraestructura. (MAB)

LIDERAZGO

Un movimiento peruano en el extranjero



María Paz Oliva,
Cofundadora de MBA Perú y *assistant vice president*
de Citi en Nueva York

Cada vez más estudiantes peruanos se están involucrando en crear espacios que pongan al centro los temas que el Perú debe dejar de postergar.

En auditorios de Nueva York y Boston, el Perú ha sido recientemente el centro de conversaciones diversas, enriquecedoras y llenas de propósito. Y es que cada vez más peruanos que estudian fuera se enfocan en crear espacios que pongan al país al centro. Más que de una nostalgia lejana, se trata de una apuesta activa por el Perú.

En marzo se llevó a cabo la segunda edición de la Conferencia MBA Perú en Columbia Business School, cuyo equipo organizador tengo el orgullo de integrar. A inicios de mes también se realizó el Perú Conference en la Universidad de Harvard, organizado por dos agrupaciones peruanas (HAPS y Peruvian Caucus). Y hace una semana se desarrolló el Perú Summit, organizado por la Asociación de Estudiantes Peruanos de la Universidad de Columbia.

Estos espacios no nacen de casualidad. Nacen del compromiso de jóvenes que deciden tender puentes, escuchar ideas distintas, debatir con respeto y sumar desde donde están. Nacen, además, de la frustración de ver una etapa de crecimiento tan lento frente al enorme potencial que creemos que tiene el Perú para corregir el rumbo y generar bienestar.

Son espacios que nos recuerdan que el Perú también se construye con conversaciones valientes, con preguntas difíciles y con ambición para soñar en grande. Pero, ¿cómo replicamos esa colaboración genuina, esa energía colectiva, esa apertura al diálogo y ese optimismo activo donde más se necesita? ¿Cómo seguimos sumando, una vez que termine el evento? Votando con conciencia. Usando nuestras voces para poner en agenda los temas que el Perú no puede seguir postergando. Liderando o apoyando proyectos ya existentes en educación o desarrollo social. Participando en foros o creando espacios de encuentro. Conectando con *startups* u ONG, difundiendo ideas que construyan.

Lo importante es no quedarse al margen. Y buscar, más bien, ser parte del cambio desde donde estemos.

BARRERAS BUROCRÁTICAS

La limitada caja de la lucha antibarreras

Aunque la eliminación de barreras burocráticas haya generado millones de soles en ahorros y una alta carga procesal, el Indecopi libra la batalla con los mismos recursos de hace cuatro años.

La falta de presupuesto para contratar personal y realizar investigaciones de oficio más sólidas está limitando el impacto potencial de la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas (CEB) del Indecopi. Aunque el organismo resuelve los casos dentro de los plazos legales y su trabajo ha generado un ahorro mayor a los S/174 millones en los últimos dos años (ver gráfico), el presupuesto destinado a las labores de la comisión se ha mantenido alrededor de los S/3 millones desde 2021 hasta abril de este año, de acuerdo con información oficial del Indecopi. Ello mientras la carga procesal sigue en aumento.

En 2021, la comisión inició 338 procedimientos. Para 2023, la cifra se elevó hasta los 534. Y, en lo que va de este año, la comisión acumula la revisión de alrededor de 500 denuncias, concentradas principalmente en los sectores de construcción, servicios y telecomunicaciones, entre nuevos casos y pendientes del año pasado.

Aunque la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas resuelva los casos dentro de los 120 días hábiles que establece la ley, una de las principales críticas que hoy recibe del sector privado es que este tiempo podría ser menor. “Para las empresas es un golpe esperar ese plazo,



más otros 120 días de segunda instancia, si la barrera denunciada es evidentemente ilegal; salvo que se obtenga una cautelar, que no es sencillo. Pero la CEB no puede resolver más rápido porque no tiene más personal y recursos”, explica el socio de Hernández y Cía, Giancarlo Baella.

Esta espera no sólo se da cuando la comisión analiza el fondo del caso, sino también cuando lo admite a trámite. El plazo para hacerlo es de 30 días hábiles, lo que en la práctica puede extenderse hasta dos meses. “La empresa denunciante busca que el Indecopi admita más rápidamente las denuncias y pueda recortarse el plazo. Cualquier asignación de mayores recursos debería estar atada a un compromiso por reducir los tiempos de resolución de las denuncias y de los actos previos, como la admisión a trámite”, advierte el socio del Estudio Muñiz, Jesús Espinoza. Los extensos plazos pueden llegar a afectar, por ejemplo, la operación de las empresas del sector inmobiliario. “La espera puede llegar a ser crítica por el retraso en la entrega de licencias de construcción”, agrega Espinoza.

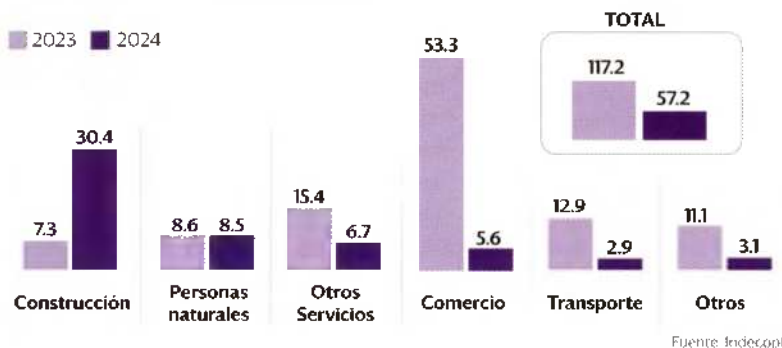
Desde el año pasado, la comisión viene concentrando su esfuerzos en eliminar barreras en el otorgamiento de licencias de construcción para inmobiliarias, así como aquellas vinculadas al otorgamiento de licencias de funcionamiento a restaurantes y otros locales. En el caso de las ‘telcos’, el objetivo es simplificar los requisitos para autorizar la instalación de antenas.

Los sectores priorizados son, principalmente, aquellos que sufrieron una contracción del PBI en los últimos años. “Se busca mejorar la competitividad de las empresas. En construcción se reducen trabas burocráticas para acceder a licencias de funcionamiento, lo que ahorra tiempo y mejora la competitividad”, concluye el asociado senior de Díez Canseco Abogados, Rolando Lescano. (JM/TOT)

El presupuesto destinado a la eliminación de barreras se mantiene casi inamovible desde 2021

Impacto económico de la eliminación de barreras burocráticas

Ahorros totales generados en millones de S/



“Proponer tarifas a una empresa sin contrato de concesión es inédito”

Juan Carlos Paz, presidente de la Autoridad Portuaria Nacional (APN), anticipa los caminos que abre el reciente informe con el que Indecopi concluyó que no existen condiciones de competencia en servicios prestados por el Puerto de Chancay.



APN

La APN afirmó en diciembre, tras la inauguración del Puerto de Chancay, que existían condiciones de competencia. ¿Cuál es su postura ahora, luego de que el Indecopi concluyera lo contrario?

Nuestra postura es el respeto irrestricto de la ley y, en función a ese informe, debemos proponer un plan tarifario a Ositrán en los próximos 70 días hábiles.

¿La APN aplicará la metodología del *benchmarking* para determinar las tarifas?

Puede ser [que se aplique], pero estamos en la fase de definir cuál será la metodología. Hay otras opciones, como el *costeo*. El *benchmarking* es una de las más conocidas, pero

debemos evaluar si aplicamos esa u otra.

El Puerto de Chancay tiene precios por debajo de los del Muelle Sur y del Muelle Norte del Callao (SE1958). ¿El plan tarifario los equipará?

La realidad es que los precios que fijó [el Puerto de] Chancay son menores que los del Callao. En función a la metodología, se definirá el régimen tarifario.

¿La APN tiene experiencia previa definiendo las tarifas para un puerto que no cuenta con un contrato de concesión?

Que tengamos que proponer [tarifas] a una empresa sin contrato de concesión es inédito.

¿Es imposible pensar a futuro en una industria con tarifas desreguladas?

La inversión del Puerto de Chancay llegará a US\$3,500 millones. APM Terminals y DP World seguirán invirtiendo en sus concesiones por la nueva ley de puertos. En adelante, la dinámica portuaria se va a seguir moviendo.

¿Cosco Shipping Ports, como concesionaria del proyecto, puede iniciar acciones legales por la regulación de las tarifas?

Ese es un tema que corresponde al ámbito empresarial. Ellos tienen el derecho constitucional a oponerse o de actuar en el ámbito legal, según sus propios pareceres. (JM)



Andina

TRIBUTARIO

EXIGENCIA EXCESIVA

El Tribunal Fiscal (TF) delimitó las responsabilidades de las empresas peruanas al contratar servicios o adquirir bienes de proveedores extranjeros. En un fallo reciente, concluyó que una empresa local no tiene obligación de comprobar si su proveedor extranjero cuenta con un establecimiento permanente en Perú, tal como exigía

la Sunat con el objetivo de no reconocer las facturas emitidas por el proveedor extranjero como gasto deducible. En el pronunciamiento, el TF consideró que dicha verificación no es una responsabilidad que debe asumir el contribuyente.

La discrepancia surgió cuando la Sunat objetó la validez de los comprobantes de pago del proveedor extranjero por no ajustarse a la regulación peruana. Pero la autoridad consideró, sobre todo, que la empresa domiciliada debía verificar si el

proveedor extranjero tenía un establecimiento permanente en el país. “Si la factura está mal emitida, se desconoce el gasto. Y, al hacerlo, también se desconoce el Impuesto a la Renta y el IGV”, explica Roberto Polo, socio de Rebaza, Alcázar & de las Casas.

El TF resolvió que la posición de la administración tributaria carecía de sustento legal. La resolución precisa que el principio de solidaridad, invocado por la Sunat, no se puede aplicar a este caso y tampoco constituye una base legal suficiente. “El criterio general es

que todos deben, en la medida de sus posibilidades, coadyuvar a la recaudación, pero cuando se impone una sanción desproporcionada, parece ese concepto, porque

se otorga una consecuencia negativa a la falta de apoyo [a la Sunat]”, explica Juan Pablo Porto, socio de Cuatrecasas.

El TF también consideró que exigirle una verificación al contribuyente era inviable. La comprobación que puede realizar una empresa local se limita, por ejemplo, a constatar si el proveedor extranjero cuenta con un RUC activo en

el país. Ir más allá de eso excede el ámbito de acción y las posibilidades de fiscalización del contribuyente. “La única que tiene capacidad de definir si una empresa del exterior califica

o no como establecimiento permanente es la Sunat, no el contribuyente”, precisa Leonardo López, socio de Hernández & Cía. (TOT)

“La única que puede definir si una empresa califica como establecimiento permanente es la Sunat, no el contribuyente”

Sumamos más voces al mejor análisis



Marlene Negreiros
Vicepresidenta corporativa
de Talento y Cultura del
Grupo UNACEM



Ximena Cuadros
Gerente de la División de
Estrategia de Personas
de Mibanco

Síguenos en:



POLÍTICA

¿Llegó la hora del desmarque?



Mávila Huertas,
Periodista

No reunir los votos del Congreso –con el que venía jugando en pared– para viajar al funeral del papa Francisco no estaba en los cálculos del Ejecutivo.

Unos cincuenta jefes de Estado y de Gobierno asistieron al funeral del papa Francisco el último sábado. La presidenta Dina Boluarte quiso ser uno de ellos, pero no pudo hacerlo. El Congreso le negó la autorización para ausentarse del país.

No reunir los votos fue algo que no estaba en los cálculos del Ejecutivo. Apenas conocido el deceso del pontífice, el gobierno expresó sus condolencias y anunció que una comitiva de alto nivel se haría presente en las exequias. Inicialmente, se entendía que dicha comitiva estaría encabezada por el canciller, Elmer Schialer.

Sin embargo, la noche del martes, y luego de tantear el terreno, desde la mesa directiva del Congreso se habría garantizado una votación favorable. Esto habría animado a la presidenta a alistar maletas.

Ambos poderes del Estado venían jugando en pared. Palacio no ha observado normas claramente anti-técnicas y controvertidas,

bajo el pretexto de respetar los fueros del Legislativo. Y, salvo contadas excepciones, el Congreso ha perdonado la vida de varios de los ministros que en otros tiempos se habrían visto obligados a retirarse voluntariamente.

La importancia y relevancia del acontecimiento, según algunos entendidos, ameritaba una representación del más alto nivel en Roma. Entonces, ¿qué pasó? Los 45 congresistas que votaron en contra señalan que el avance de la inseguridad exige que la presidenta le dedique toda su atención. Pero, ¿la permanencia de Boluarte puede ofrecernos alguna garantía de que las muertes y los delitos van a disminuir? Sabemos que no.

Otros, aludiendo a la imagen de frivolidad ofrecida por la mandataria después del escándalo de los Rolex, las pulseras Cartier y las cirugías, opinaron que para la presidenta Boluarte el funeral del papa era un pretexto para darse una vuelta por Europa. Y para tomarse unas cortas vacaciones de encuestas que le recuerdan, con frecuencia y crudeza, que su aprobación no mejora.

¿Acaso la presidenta no ha tomado en cuenta que estamos a un año de las elecciones y que, salvo Fuerza Popular y Alianza para el Progreso, las bancadas andan haciendo cálculos y ya empezaron a marcar distancia estratégica? Porque seguirla aupando resulta cada vez menos rentable. ■



SE

/ Eventos

SAVE
THE
DATE

MUSEO DE ARTE
CONTEMPORÁNEO · MAC

19 DE JUNIO

10AM A 1PM

1ER ESTUDIO CORPORATIVO DE FELICIDAD

¿Qué tan felices
somos los ejecutivos
peruanos?

CON EL APOYO DE MARCAS QUE INSPIRAN BIENESTAR


RIMAC

pluxee



FORO

Creatividad Empresarial

¿Cómo crear una cultura de innovación exitosa?

29 ABRIL | 8:30 AM

Auditorio Luis Bustamante – UPC Campus San Isidro
(Av. Gral. Salaverry 2255, San Isidro)



Edward Roekaert
Rector de la UPC



Lucía Barrantes
Líder de Experiencia del
Cliente y del Colaborador
de Yape



Ángel Martínez
Gerente corporativo de
Transformación Cultural
de Grupo UNACEM



Gemma Savaresse
Gerente de Transformación
Digital, Tecnología de Información
y Data Analítica de SIDERPERU



Rodrigo Chávarri
Manager Internal
Communications
de Adidas Perú

